

## Консолидация бюджетных авиакомпаний как особенность глобализации воздушного транспорта на современном этапе

Андрей Мальцев<sup>1,\*</sup>, Анастасия Матвеева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

### Информация о статье

Поступила в редакцию:

22.09.2016

Принята к опубликованию:

27.10.2016

УДК 656.7.025

JEL L 93

### Ключевые слова:

альянсы лоукост-авиакомпаний, бюджетные авиаперевозчики, глобализация воздушного транспорта.

### Keywords:

low-cost airlines alliances, low-cost carriers, air transport globalization.

### Аннотация

Проведен сравнительный анализ динамики глобального авиапассажиропотока бюджетных перевозчиков за 2003–2015 гг. Усиление консолидации отрасли в результате становления новых высокоорганизованных форм сотрудничества отнесено к одной из главных особенностей глобализации воздушного транспорта на современном этапе. Показано, что реализация преимуществ экономической интеграции авиакомпаний в рамках формирования дальнемагистральных лоукост-подразделений и международных альянсов бюджетных авиакомпаний позволит повысить конкурентоспособность лоукост-авиаперевозчиков на мировом рынке.

### Low-cost airlines consolidation as a feature of air transport globalization

Andrey Maltsev, Anastasiya Matveeva

### Abstract

The increased industry consolidation resulting in the formation of new highly organized forms of cooperation is referred as one of the main features of air transport globalization at the present stage. Consolidation allows carriers to overcome the excessive competition and to strengthen their market position. It also helps them to optimize the route network and organizational structure of the company. This article includes the analysis of the dynamics of global air passenger traffic by low-cost carriers in the period 2003–2015. An aggressive struggle for passengers increases competition in a low-cost environment while contributing to the consolidation process. In 2015 low-cost airlines provided 27.1 % of global passenger air traffic. In absolute terms, the volume of traffic increased by 5 times from 197 million passengers in 2003 to 1100 million passengers in 2015. Those figures have significantly surpassed the dynamics of global passenger air traffic (from 1.7 billion passengers in 2003 to 3.5 billion passengers in 2015). The highest share of low-cost carriers is noticed in Southeast Asia. In 2015 due to the high level of competition a decreased was observed for the first time

\* Автор для связи: E-mail: anastasiyamatveeva@gmail.com.

DOI: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.221324>

*in the past 15 years prompting the creation of the first budget airline alliances. U-FLY and Value Alliances which were founded in the beginning of 2016 represent the mechanism for competition with leading Asian independent low-cost groups. The main objective of joining the alliance for the participants is to increase their brand awareness in the Asia-Pacific region and to expand the distribution network. The benefits of airlines economic integration within alliances and long-haul low-cost subsidiaries enhance the competitiveness of low-cost carriers under conditions of high global aviation market volatility. We assume the emergence of similar business unions in other geographical segments of the international passenger air transportation market.*

Важнейшей отличительной чертой развития мирового рынка пассажирских авиаперевозок этапа глобализации является усложнение форм экономического взаимодействия авиакомпаний. Высокий уровень конкуренции в отрасли обуславливает использование новых, более гибких бизнес-моделей. Прежде всего к ним можно отнести кооперацию авиакомпаний в рамках глобальных альянсов, когда любой авиаперевозчик вне альянса конкурирует не с отдельными авиакомпаниями, а с альянсом в целом, со всей его сетевой, финансовой и производственной мощью, а также всё более широкое распространение бюджетных авиакомпаний.

Консолидация позволяет авиаперевозчикам избавиться от чрезмерной конкуренции, оптимизировать маршрутную сеть, организационную структуру компании, а также укрепить свое положение на рынке. Как показали кризисные ситуации на стыке 2000–2010-х годов, «турбулентности», переживаемые мировой экономикой, только подстегивают консолидационные процессы на рынке пассажирских авиаперевозок. Из главных их проявлений выделим оформление к 2000 г. глобальной триады мегаальянсов (*Star Alliance*, *SkyTeam* и *Oneworld*). По состоянию на 2015 г. на их долю приходилось 1,2 % от примерно 5000 авиакомпаний мира, контролирующих свыше 60,8 % мирового пассажирооборота, с маршрутным охватом практически всех частей света. Если по итогам 2000 г. глобальная триада включала лишь 25 авиакомпаний, то в 2015 г. – 62 полноправных члена, при этом количество перевезенных пассажиров увеличилось в 1,8 раза – с 924,3 млн пассажиров в 2005 г. (46,9 % глобального пассажиропотока) до 1819,1 млн пассажиров в 2015 г. (52,0 %) [1–3].

Использование новых, более гибких бизнес-моделей, таких как низкобюджетные (лоукостеры) и гибридные (сочетающие черты лоукост- и традиционной бизнес-модели) авиакомпании, вызвано высоким уровнем конкуренции в отрасли, а также растущим спросом на них. Эксплуатационные издержки в расчете на 1 пасс-км и средний уровень цен у них ниже, чем у традиционных перевозчиков, так как в большинстве случаев все дополнительные услуги (провоз багажа, питание и др.) осуществляются за отдельную плату. Родоначальниками бюджетных версий авиакомпаний принято считать США.

С ослаблением государственного контроля гражданских авиаперевозок модель бюджетных авиакомпаний в 1990-х годах успешно адаптировалась и в Европе. Вступление в Евросоюз новых стран Восточной Европы привело к расширению общего воздушного пространства и новому скачку в развитии лоукост-авиаперевозок. В тройке крупнейших в мире лоукостеров закрепились ирландская авиакомпания *Ryanair*, начавшая применять данную бизнес-модель в 1990 г., и британская авиакомпания *EasyJet*, созданная в 1995 г.

В 2000-х годах лоукост-авиакомпания начали «осваивать» Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР), к 2010-м годам заняв именно в Юго-Восточной Азии наиболее прочные позиции на рынке воздушных перевозок. Как будет

показано далее, в конечном итоге лоукост-модель оказалась востребованной во всём мире. Однако её распространение потребовало дерегулирования хозяйственной среды, «активированного» процессами глобализации [4, с. 64].

В 2015 г. бюджетные авиакомпании обеспечивали 27,1 % мировых авиаперевозок. За 2003–2015 гг. их доля в глобальном пассажиропотоке выросла более чем в 2 раза – с 12,2 до 27,1 % (рис. 1). При этом в абсолютном исчислении объемы перевозок лоукостеров за указанный период увеличились в 5 раз – со 197 до 1100 млн пассажиров, существенно превзойдя динамику мирового пассажиропотока (с 1,7 млрд в 2003 г. до 3,5 млрд пассажиров в 2015 г.) [5, с. 36].

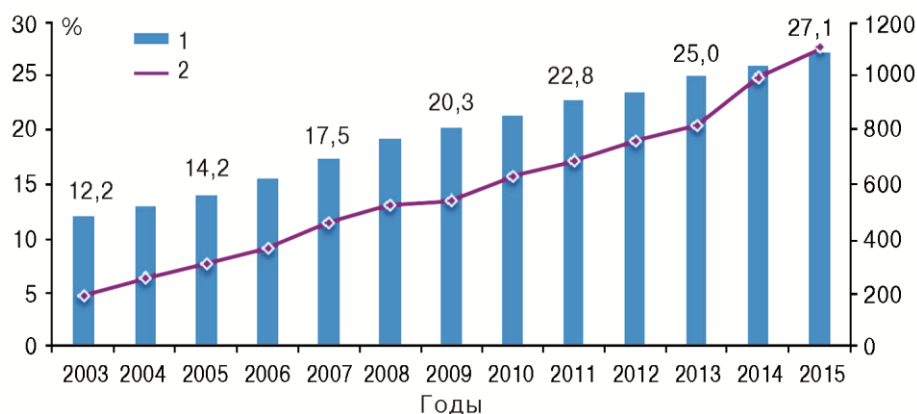


Рис. 1. Доля лоукост-компаний в глобальном авиапассажиропотоке в 2003–2015 гг.: 1 – доля лоукост-компаний в мировом авиапассажиропотоке, %; 2 – пассажиропоток бюджетных авиакомпаний, млн пасс. [5, с. 36]

Данные рис. 1 демонстрируют рост бюджетных авиаперевозок даже в кризисные периоды. Этому способствуют увеличение масштабов деятельности за счет возрастающего спроса на доступные авиаперевозки и оптимизированная структура операционных расходов. Более того, в 2015 г. крупнейший европейский бюджетный авиаперевозчик *Ryanair* по показателю чистой прибыли значительно опередил транснациональный авиахолдинг *Air France-KLM* (866,7 млн евро против 118 млн евро соответственно). Лоукостеры, создав прецедент финансовой угрозы традиционным авиакомпаниям, фактически «подтолкнули» их к созданию собственных бюджетных подразделений или переходу к гибридной (смешанной) бизнес-модели.

Самая высокая доля лоукостеров на внутренних воздушных линиях (ВВЛ) характерна для Юго-Восточной Азии. В 2015 г. она достигла 56,4 % внутреннего авиапассажиропотока (рис. 2). Для данного региона также характерны самые высокие темпы роста доли бюджетных авиакомпаний как на ВВЛ, так и на международных воздушных линиях (МВЛ). Второй по динамике роста – регион Латинской Америки, третий – ЦВЕ. Впрочем, на рынках развитых стран (Северной Америки, Западной Европы) бюджетные авиаперевозчики все сильнее теснят традиционные авиакомпании, «захватив» от трети до почти половины сегмента ВВЛ и опережающими темпами закрепляясь на рынке МВЛ.

Ввиду высокого уровня конкуренции, впервые за последние 15 лет незначительно снизилась доля лоукостеров на внутреннем рынке ЮВА, что подтолкнуло их к созданию первых альянсов бюджетных авиаперевозчиков. В январе 2016 г. в Китае основан первый в мире альянс, состоящий исключительно

из низкотарифных авиакомпаний. Его участниками стали четыре дочерних перевозчика китайской авиакомпании *Hainan Airlines*, которая не входит ни в один глобальный альянс: *HK Express* (базируется в Гонконге), *Lucky Air* (Куньмин, провинция Юньнань), *Urumqi Air* (Урумчи, Синьцзян-Уйгурский автономный район) и *West Air* (Чунцин, провинция Сычуань). Объединение получило название *U-Fly Alliance*. В июле 2016 г. к альянсу присоединился южнокорейский лоукостер *Eastar Jet*.

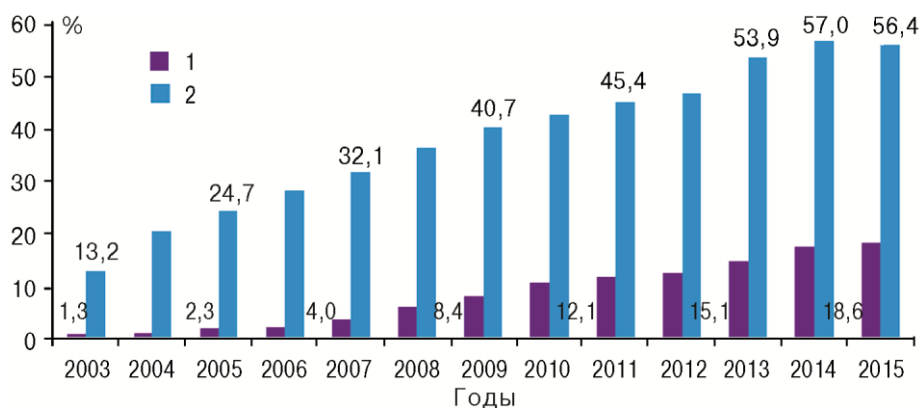


Рис. 2. Изменение доли бюджетных авиакомпаний в пассажиропотоке ВВЛ (1) и МВЛ (2) Юго-Восточной Азии в 2003–2015 гг., % [6]

Совокупный флот лоукостеров, вошедших в альянс, составляет 84 воздушных судна, которые выполняют в общей сложности 168 рейсов в 85 азиатских городах. В среднем рейсы участников *U-Fly* выполняются круглосуточно каждые три минуты. К 2020 г. общее число воздушных судов *U-Fly* может составить более 200 машин. В 2015 г. совокупный пассажиропоток участников достиг 20,5 млн чел. Рассматривается возможность включения в альянс независимых перевозчиков [7].

В мае 2016 г. на мировом рынке пассажирских авиаперевозок (МПА) появился ещё более крупный альянс бюджетных перевозчиков, образованный восемью авиадискаунтерами. Новая структура получила название *Value Alliance*. Она является четвертым крупнейшим мировым авиаальянсом после *Star Alliance*, *SkyTeam* и *Oneworld*. Помимо *Vanilla Air*, подконтрольной японской *ANA*, в альянс вошли принадлежащие *Singapore Airlines* авиакомпании *Scout* и *Tiger Airways*, австралийская *Tigerair Australia*, тайландские *Nok Air* и *NokScoot* (совместное предприятие *Nok Air* и *Scout*), филиппинская *Cebu Pacific Air* и южнокорейская *Jeju Air*. Войти в альянс может любая авиакомпания.

В совокупности члены *Value Alliance* выполняют перевозки более чем по 160 направлениям, а авиапарк перевозчиков в сумме включает 176 воздушных судов [8]. Для сравнения: флот одного из крупнейших азиатских лоукостеров *LionAir* включает 114 воздушных судов (см. таблицу). Наиболее известные в регионе бюджетные авиакомпании, в числе которых малайзийская *AirAsia*, австралийская *Jetstar*, принадлежащая *Qantas Airways*, и лидер по авиаперевозкам в Индии *IndiGo* в альянс не вошли.

Партнерство лоукостеров имеет решающее значение для начала новой фазы роста на высококонкурентном азиатском рынке. Оно особенно важно для независимых бюджетных авиакомпаний, которые не входят в три основные

низкозатратные авиагруппы региона – *AirAsia*, *Jetstar* и *Lion*. Доля рынка Азиатско-Тихоокеанского региона, приходящаяся на участников альянсов *Value* и *U-FLY*, в совокупности составляет примерно 19 %. Данная цифра сопоставима с долей *AirAsia/AirAsia X* – 16 %, *Lion Air* – 11 % и *Jetstar* – 9 % [8]. Из 53 лоукостеров, базирующихся в АТР, восемь являются членами альянса *Value* и пять – *U-FLY*. Для сравнения: авиакомпания *AirAsia / AirAsia X* имеет восемь филиалов или дочерних компаний, *Lion Group* состоит из трех лоукостеров, в то время как группа *Jetstar* включает четыре дочерние компании. По показателю пассажиропотока определены доли рынка лоукост-авиакомпаний Азиатско-Тихоокеанского региона (рис. 3).

Основные показатели альянсов бюджетных авиакомпаний в сравнении с крупнейшими независимыми лоукостерами АТР

Название авиакомпании/ альянса	Страна	Пассажиропоток, млн чел.	Флот, ед. ВС	Число направлений полетов
Крупнейшие независимые лоукостеры АТР				
<i>Lion Air</i>	Индонезия	32,0	114	126
<i>IndiGo</i>	Индия	31,4	107	40
<i>AirAsia</i>	Малайзия	24,3	80	68
<i>Jetstar</i>	Австралия	17,9	70	39
Альянсы бюджетных авиакомпаний				
<i>Value Alliance</i> (8 лоукостеров)	Япония, Сингапур, Таиланд, Филиппины Южная Корея	46,9	176	160
<i>U-Fly Alliance</i> (5 лоукостеров)	Китай, Южная Корея	20,5	84	85

Источник: составлено авторами по данным [5, 8].

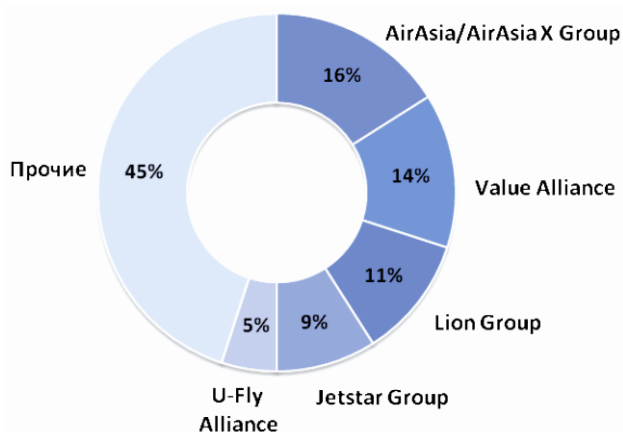


Рис. 3. Доля рынка лоукост-авиакомпаний Азиатско-Тихоокеанского региона (по показателю пассажиропотока) [8]

Созданию альянсов бюджетных авиакомпаний послужила в основном разработка специального программного обеспечения, позволяющего продавать билеты на стыковочные рейсы партнеров. Оба альянса планируют увеличивать

количество участников. В АТР насчитывается 25 лоукостеров, которые не входят в группы *AirAsia*, *Lion* или *Jetstar* и могут стать потенциальными участниками вновь созданных лоукост-альянсов. На эти 25 бюджетных авиакомпаний приходится 45 % рынка АТР. В свою очередь, в Юго-Восточной Азии на долю групп *AirAsia* и *Lion*, а также альянса *Value Alliance* приходится 80 % перевезенных пассажиров [8].

Главная цель вступления в *Value Alliance* заключается в увеличении узнаваемости брендов их участников в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а также расширении дистрибуционной сети. Большинство брендов участников данного альянса неузнаваемы за пределами их внутренних рынков. Так, пассажир из Филиппин, путешествующий из г. Манила (Филиппины) в Чианграй (Таиланд), скорее всего знаком с крупнейшим лоукостером Филиппин *Cebu Pacific*, но не знает тайской бюджетной авиакомпании *Nok*. Существование альянса позволяет пассажиру купить единый билет *Cebu Pacific* со стыковочным рейсом Бангкок–Чианграй, выполняемым *Nok Air*. В противном случае пассажиру пришлось бы покупать два отдельных авиабилета, и наверняка он выбрал бы стыковочный рейс конкурирующей, возможно, более узнаваемой авиакомпании.

В настоящее время лоукостеры активно осваивают фактически все формы стратегической кооперации, включая формирование совместных предприятий, франчайзинг, слияние и поглощение, а также создание международных лоукост-альянсов. Создание совместного предприятия позволяет обходить рыночные барьеры, выраженные в ограничениях на иностранные инвестиции в капитале национальной авиакомпании или на полеты иностранного авиаперевозчика в данную страну. Примером может являться *Thai AirAsia* – совместное предприятие малазийского лоукостера *AirAsia* (45 % акций) и тайской компании *Asia Aviation PLC* (55 % акций). Недостатком использования данной формы кооперации является риск потери контроля и последующей национализации совместного предприятия, поскольку контрольный пакет акций находится в руках национальной компании. Не всегда успешным является франчайзинг, который из-за желания достичь большей фактической независимости часто приводит к ребрендингу компании-франчайзи, имитирующей основные характеристики модели более опытного лоукост-франчайзера. Так, в 2014 г. авиакомпания *China Eastern Airlines*, перестав работать по франшизе *Jetstar Hong Kong*, провела ребрендинг лоукостера *Hong Kong Express*. На высококонкурентных рынках рекомендовано использование таких форм кооперации, как слияния и поглощения, а также альянсы лоукостеров.

На начальной стадии преимущества от участия в альянсах бюджетных авиакомпаний достаточно ограничены. Альянсы лоукостеров являются упрощенной альтернативой попытке увеличить транзитный пассажиропоток и привлечь пассажиров с новых рынков, выбирающих перевозчиков-конкурентов. Анализ уровня взаимодействия авиаперевозчиков свидетельствует о том, что альянсы лоукостеров находятся пока лишь на границе оперативной и стратегической кооперации. В качестве рекомендаций по дальнейшему повышению степени их конкурентоспособности предлагается унификация программ лояльности участников, технического обслуживания парка воздушных судов и систем управления.

Формирование альянсов лоукостеров также является попыткой справиться с проблемой переизбытка мест. Причиной возникновения данной проблемы может быть как собственная излишне агрессивная стратегия расшире-

ния, так и появление новых лоукостеров в регионе. Когда мест становится больше, чем пассажиров, маржа прибыли может исчезнуть, а авиакомпания — стать убыточной. Данная проблема выходит на первый план в ЮВА, где ряд бюджетных перевозчиков (малазийская *Air Asia*, сингапурская *Tiger Airlines*) уже отменяют или откладывают заказы на новые воздушные суда, принимая во внимание излишек провозных мест. В то же время на фоне сверхагрессивной стратегии развития индонезийской бюджетной авиакомпании *Lion Air* подобная тактика вряд ли сможет серьезно повлиять на ситуацию. Заказанные этой авиакомпанией почти 600 новых воздушных судов (в 2012 г. подписан твердый контракт на поставку 230 самолетов *Boeing*, в 2013 г. — на поставку 234 лайнеров *Airbus* с последующим расширением заказа), многие из которых будут поставлены в течение 2016–2018 гг., составляют 56 % от общего количества заказов на узкофюзеляжные самолеты в ЮВА [9, 10]. Причина, по которой таким лоукостерам, как *Ryanair* и *EasyJet*, удалось пережить ситуацию с избытком провозных мощностей, заключается в масштабе их деятельности, позволившем им поддерживать определенный уровень затрат и прибыли на инвестированный капитал.

Классическая модель авиатранспортного альянса достигла пика своего развития и всё больше стремится к более разносторонним формам стратегического сотрудничества с лоукостерами. Так, в декабре 2015 г. *StarAlliance* запустил программу *Connecting Partner Model* (первым участником программы стала южноафриканская *Mango Airlines*), позволяющую взаимодействовать с лоукостерами. При этом бюджетные авиакомпании не обязаны быть полноправными членами альянса, они лишь обеспечивают стыковочные рейсы.

Главное преимущество вступления в глобальный альянс — получение расширенного код-шеринга и интерлайна, когда пассажиры могут бронировать перелеты на рейсах партнеров. Чем больше членов альянса, тем больше возможностей у перевозчика виртуально присутствовать во всех точках мира. В рамках альянсов участники также координируют расписание полетов для обеспечения большего числа стыковок с рейсами партнеров.

Кроме того, лоукостеры начали диверсифицировать свои маршрутные сети дальнемагистральными авиаперелетами. За последнее десятилетие свыше половины вновь созданных авиакомпаний, работающих на подобных маршрутах, являлись бюджетными. Создание дальнемагистральных лоукост-подразделений характерно как для традиционных, так и для бюджетных авиаперевозчиков. Для подобных целей малазийский лоукостер *Air Asia* создал дочернюю компанию *Air Asia X*, а традиционная авиакомпания *Singapore Airlines* создала бюджетное подразделение *Scoot*. Хотя на лоукостеры приходится лишь 3 % пассажиропотока регулярных дальнемагистральных авиаперелетов, количество перевезенных ими пассажиров на данных направлениях за 2000–2014 гг. удвоилось.

Изначально модель лоукост-авиаперевозок фокусировалась на ближнемагистральных перелетах, что обеспечивало минимизацию затрат за счет быстрого разворота воздушных судов, использования второстепенных аэропортов и ограниченного питания на борту. На дальнемагистральных рейсах затраты выше, поскольку требуется больше времени на дозаправку и сервисное обслуживание, необходимы бортовое питание и развлечения для пассажиров, и не все второстепенные аэропорты обслуживают рейсы в ночное время. Важно использование воздушных судов с высоким показателем топливной эффективности, таких как *Boeing 787-8*, применяемый норвежским лоукостером *Norwegian*

*Air Shuttle* для дальнемагистральных перелетов, или *Airbus A330*, используемый *Air Asia X* и *Jetstar Airways*. На данном типе маршрутов расходы на топливо составляют от 60 до 70 % затрат перевозчиков. Для сравнения: доля авиатоплива

в структуре операционных расходов двух крупнейших европейских лоукостеров *Ryanair* и *EasyJet*, осуществляющих преимущественно ближнемагистральные рейсы, в 2014 г. составляла 46,0 % и 31,7 % соответственно. На дальнемагистральных рейсах большинство традиционных, а также чартерных авиакомпаний также использует более высокую плотность кресел, что снижает конкурентоспособность лоукостеров.

В первые годы функционирования средняя дальность полета бюджетных авиакомпаний составляет не более 900 км, однако по мере развития маршрутной сети дальность возрастает. Так, средняя дальность полета крупнейшего мирового лоукостера *Southwest Airlines* (США) выросла с 555 км в 1982 г. до 1100 км на начало 2015 г. Для сравнения: данный показатель у крупнейшей европейской бюджетной авиакомпании *Ryanair* увеличился с 555 км в 2000 г. до почти 1300 км на начало 2015 г. Средняя дальность перелета дальнемагистральных лоукостеров *АТР Air Asia X* и *Jetstar Airways* (дочернее подразделение австралийской традиционной авиакомпании *Qantas*) в 2015 г. составила 4600 км и 1500 км соответственно. В случае успеха лоукостеры, осуществляющие дальнемагистральные рейсы, будут способствовать росту международного авиапассажиропотока, а также пассажиропотока международных рейсов второстепенных аэропортов.

Усиление консолидации отрасли пассажирских авиаперевозок в результате становления новых высокоорганизованных форм сотрудничества отнесено к одной из главных особенностей глобализации воздушного транспорта. В условиях высокой волатильности глобального авиарынка реализация преимуществ экономической интеграции авиакомпаний в рамках формирования дальнемагистральных лоукост-подразделений и международных лоукост-альянсов позволит повысить конкурентоспособность бюджетных авиаперевозчиков на мировом рынке. Можно предположить появление аналогичных бизнес-союзов и в других географических сегментах рынка МПА.

Подводя итоги, можно сделать ряд выводов.

1. Сверхагрессивная борьба за пассажиров усиливает конкуренцию в собственно лоукост-среде, способствуя процессам консолидации. К 2015 г. бюджетные авиакомпании отвоевали 27,1 % глобального рынка пассажирских авиаперевозок у традиционных перевозчиков, вынужденных в ряде случаев создавать собственные бюджетные подразделения или программы стыковочных с лоукостерами рейсов. Консолидация позволяет авиаперевозчикам избавиться от чрезмерной конкуренции, оптимизировать маршрутную сеть, организационную структуру компании, а также укрепить свое положение на рынке. На ВВЛ всех крупнейших регионов мира лоукостеры контролируют от 1/3 до 2/3 пассажиропотока, а их доля в сегменте МВЛ становится все заметнее.

2. Основанные в начале 2016 г. лоукост-альянсы *U-Fly* и *Value Alliance* представляют собой механизм конкуренции с ведущими азиатскими независимыми лоукост-группами. Главная цель участников заключается в увеличении узнаваемости их брендов в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а также расширении дистрибуционной сети. Возрастающий масштаб их деятельности также позволяет справляться с проблемой переизбытка провозных мощностей.



### Список источников / References

1. *Oneworld Alliance. Oneworld at a glance*. Available at: [www.oneworld.com/news-information/oneworld-fact-sheets/oneworld-at-a-glance/](http://www.oneworld.com/news-information/oneworld-fact-sheets/oneworld-at-a-glance/) (accessed 19.08.2016).
2. SkyTeam Airline Alliance. *Facts & Figures*. Available at: [www.skyteam.com/en/about/](http://www.skyteam.com/en/about/) (accessed 19.08.2016).
3. Star Alliance. *Facts & Figures*. Available at: [www.skyteam.com/en/about/](http://www.skyteam.com/en/about/) (accessed 19.08.2016). Available at: [www.staralliance.com/en/background](http://www.staralliance.com/en/background) (accessed 19.08.2016).
4. Мальцев А.А., Матвеева А.В., Тарасов А.Г. Лоукост-компании как драйвер роста мирового авиাপассажиропотока. *Проблемы современной экономики*, 2016, no. 1(57), с. 64. [Maltsev A.A., Matveeva A.V., Tarasov A.G. Loukost-kompanii kak drajver rosta mirovogo aviapassazhiropotoka [Loukost-companies as driver of growth of a world aviapassenger traffic]. *Problemy sovremennoj ehkonomiki = Problems of modern economy*, 2016, no. 1(57), p. 64.]
5. Airline Business. *Low-cost & leisure traffic*, vol. 32, no. 5, June 2016, p. 36.
6. CAPA Centre for Aviation. *LCC models in Southeast Asia evolve as growth slows, though outlook remains bright*. Available at: <http://centreforaviation.com/analysis/lcc-models-in-southeast-asia-evolve-as-growth-slows-though-outlook-remains-bright-281589>(accessed 19.08.2016).
7. В Китае появился первый в мире альянс лоукостеров. *Деловой авиационный портал «Авиатранспортное обозрение»*. [V Kitae poyavilsya pervyy v mire al'yans loukosterov [In China the first-ever alliance of low-cost airlines has appeared]. *Delovoy aviatsionnyy portal «Aviatransportnoye obozreniye»*. *Business aviation portal "Aviatransportnoye Obozreniye"*. Available at: <http://www.ato.ru/content/v-kitae-poyavilsya-pervyy-v-mire-alyans-loukosterov> (accessed 19.08.2016).
8. CAPA Centre for Aviation. *Asian LCC Value Alliance establishes a new direction, using a new connectivity technology platform*. Available at: <http://centreforaviation.com/analysis/lcc-models-in-southeast-asia-evolve-as-growth-slows-though-outlook-remains-bright-281589> (accessed 19.08.2016).
9. Boeing, *Lion Air finalize historic order for up to 380 737s*. Available at: <http://boeing.mediaroom.com/2012-02-13-Boeing-Lion-Air-Finalize-Historic-Order-for-up-to-380-737s> (accessed 19.08.2016).
10. *Financial Times. Airbus wins \$24bn Lion Air order*. Available at: [www.ft.com/cms/s/0/7021ea7c-8fc0-11e2-9239-00144feabdc0.html](http://www.ft.com/cms/s/0/7021ea7c-8fc0-11e2-9239-00144feabdc0.html) (accessed 19.08.2016).

### Сведения об авторах / About authors

**Мальцев Андрей Александрович**, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой мировой экономики Уральского государственного экономического университета, старший научный сотрудник Института экономики УрО РАН. 620144 г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45. Тел.: (343) 221-27-10, *E-mail: kafedra\_meo\_usue@mail.ru*.

Andrey A. Maltsev, Doctor of Economic Sciences, Professor. Ural State University of Economics, head of Global Economics Department. The Ural Branch of Russian Academy of Sciences, Institute of Economics, senior researcher. 62/45 8 Marta/Narodnoy Voli Street, 620144, Yekaterinburg, Russia. Tel.: 8(343) 221-27-10. *E-mail: kafedra\_meo\_usue@mail.ru*.

**Матвеева Анастасия Вячеславовна**, ведущий специалист креативного отдела ОАО «Синтез». 640008 г. Курган, пр. Конституции, 7. Тел.: 8-919-5740156. *E-mail: anastasiyamatve-eva@gmail.com*.

Anastasiya V. Matveeva, JSC "Sintez", leading specialist of Creative Department. 7 Pr. Konstitucii, 640008, Kurgan, Russia. Tel.: 8(919)574-01-56. *E-mail: anastasiyamatveeva@gmail.com*.

© Мальцев А.А., Матвеева А.В.

© Maltsev A.A., Matveeva A.V.

Адрес сайта в сети интернет: <http://jem.dvfu.ru>